健康経営におけるデータ活用の意義

2021年2月19日

14:05~14:45

武蔵大学経済学部経営学科教授

森永雄太

Email:ymorinag@cc.musashi.ac.jp

自己紹介

森永 雄太(もりなが ゆうた) 武蔵大学経済学部教授



【経歴】

- □神戸大学経営学研究科博士後期課程修了 博士 (経営学)
- ロ武蔵大学経済学部准教授などを経て現職

【研究関心】

- □健康経営からウェルビーイング経営へ
- ロダイバーシティ&インクルージョン

No measure, No control



目次

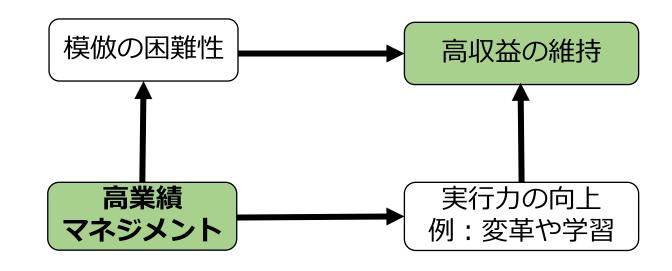
①健康経営への注目とその課題:経営学の視点

②HHHの会による測定

③健康経営における統合の視点

「人重視型」の経営が持続的な競争力を生む

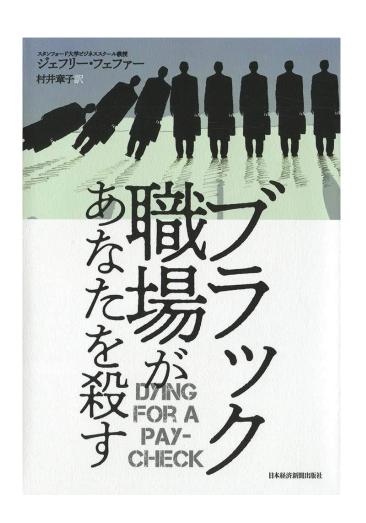




-番大切な資産は社員だ

実際は、 うまくいかないことも多い!

①ウェルビーイング重視の経営へ



①従業員の健康/ウェルビーイングを測る

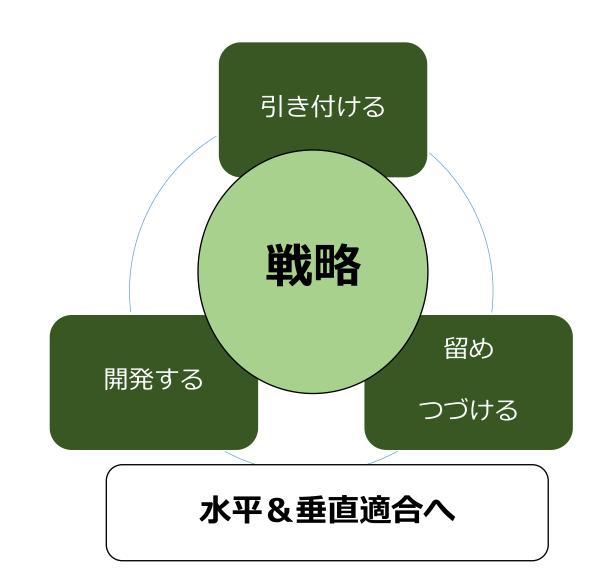
- ②社会的公害企業を公表する
- ③負の外部効果をあきらかにする
- ④健康と利益の両立可能性を主張する
- ⑤人間の持続可能性の優先性を主張する

健康/ウェルビーイングが 「実行力向上」の切り口となるのでは

フェッファー(2018)『ブラック職場があなたを殺す』日本経済新聞社

②戦略人事へ

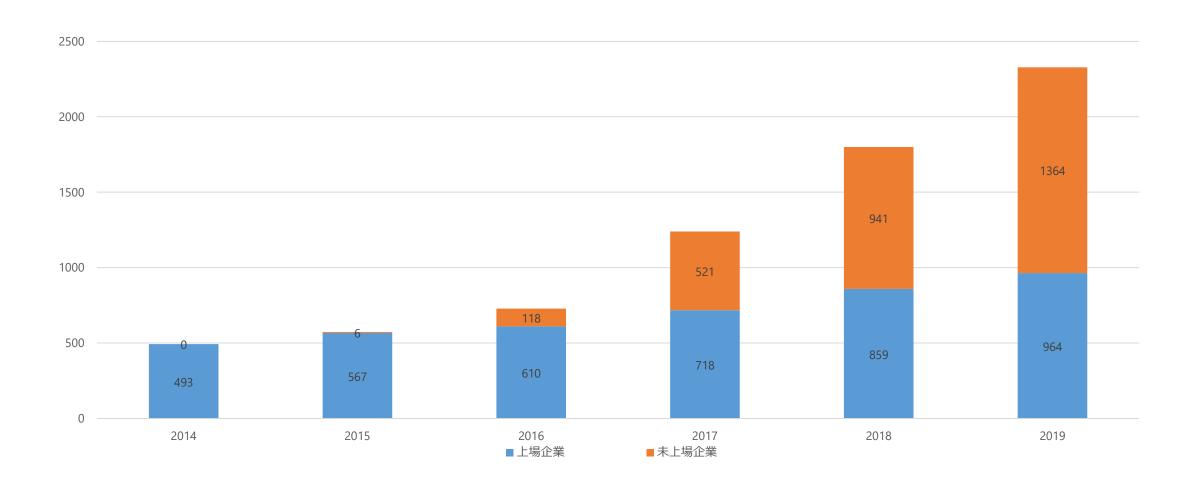
個別最適に陥りがち



健康経営への注目が高まっている

- □生産性や創造性と心身の健康の両立を目指すマネジメント
 - ✓英語では、Health and Productivity Managementと呼ばれる
 - ✓健康管理に「費用対効果」「PDCA」の観点
 - ✓「マネジメントそのもの」の考え方も変わりつつある
- □健康経営銘柄と健康経営優良法人
 - ✓健康経営調査の参加企業が増加(H26の493社からR1の2328社へ)
 - ✓健康経営優良法人認定企業も増加(4年目で大規模法人部門1473社、中小規模法人部門、4813社以上を認定)

健康経営への注目が高まっている



守りの健康経営と攻めの健康経営

生活習慣病対策 メンタルヘルス対策 やる気や業績の向上 ブランド価値の向上(特に人材確保や定着)

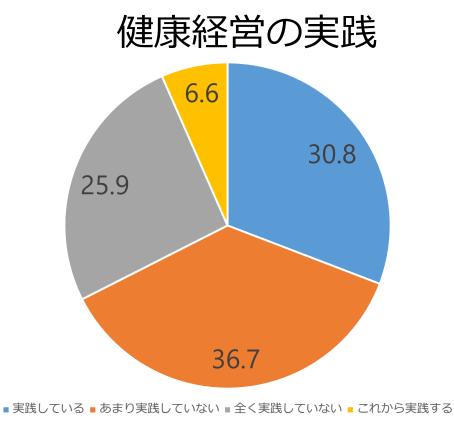
健康経営のプロセスと課題



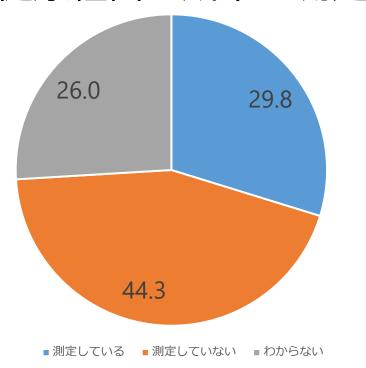
⑤法令遵守・

リスクマネジメント

成果の検証・改善に向けて(日本の人事部調査)



健康経営の成果の測定



成果測定はまだまだ十分に行われていない状況

成果の検証・改善に向けて

守りの健康経営指標 例

- BMI適正率
- 喫煙者率
- 運動習慣者比率
- ・ 施策の参加者数
- 直後の改善者比率など

「攻め」の健康経営指標 例

- ワーク・エンゲージメント
- プレゼンティーイズム
 - ワーク・モチベーション
 - 組織コミットメント

絶対値そのものよりも、 変動に焦点をあてた利用



何を測るのか、それが問題だ

目次

①健康経営への注目とその課題:経営学の視点

②HHHの会による測定

③健康経営における統合の視点

ウェルビーイング経営とは何か①



経営管理 人事管理



仕事意欲

集団への一体感

肉体的・精神的 「狭義の」健康



自己管理

HHHの会では、どのように測定したか

- <u>H H H</u> (<u>H</u>ealth× <u>H</u>uman_ × <u>H</u>appiness) の会。
 - 2016年単年度で実施した、健康経営のポジティブな側面に注目する17社による研究会。
 - 健康増進の取り組みが、<u>従業員の仕事に対するやる気や職場における自発的行動を喚起</u> し、企業と従業員双方にとっての幸せにつながること、についての<u>企業横断型の研究会</u>。
- •経営陣主導の取り組みとして実施。
- ・ 共通施策・共通質問票による効果測定と導入知見の共有
- ※各社で共通しそうな「ウェルビーイング課題」に着眼



共通質問票調査:質問項目とデザイン

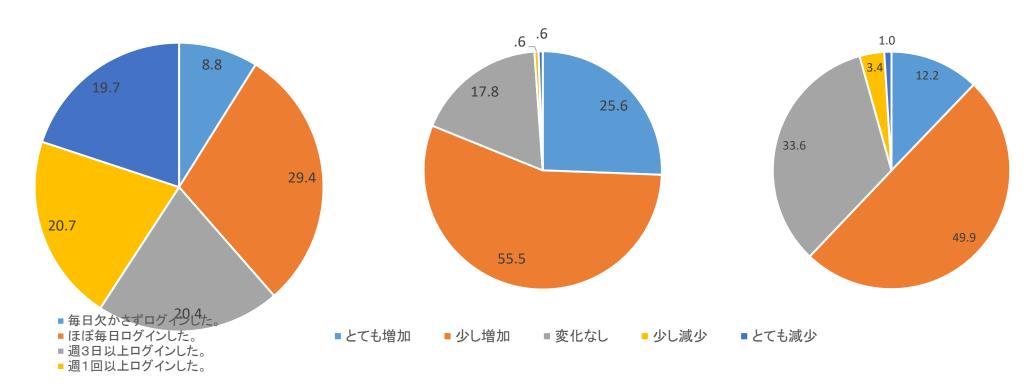


11月

7月

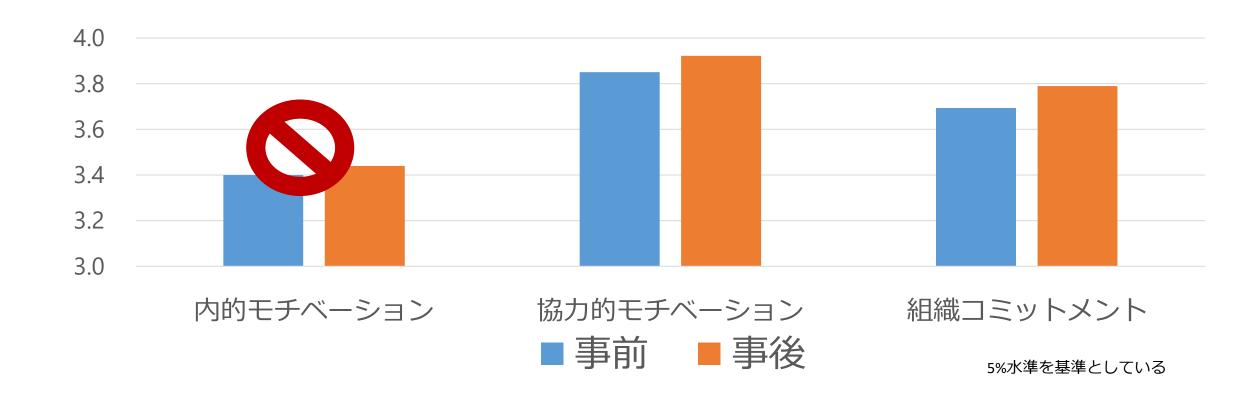
チームによる健康活動を通じた コミュニケーションやサポートの増加に注目

参加頻度と意識の変化・運動習慣

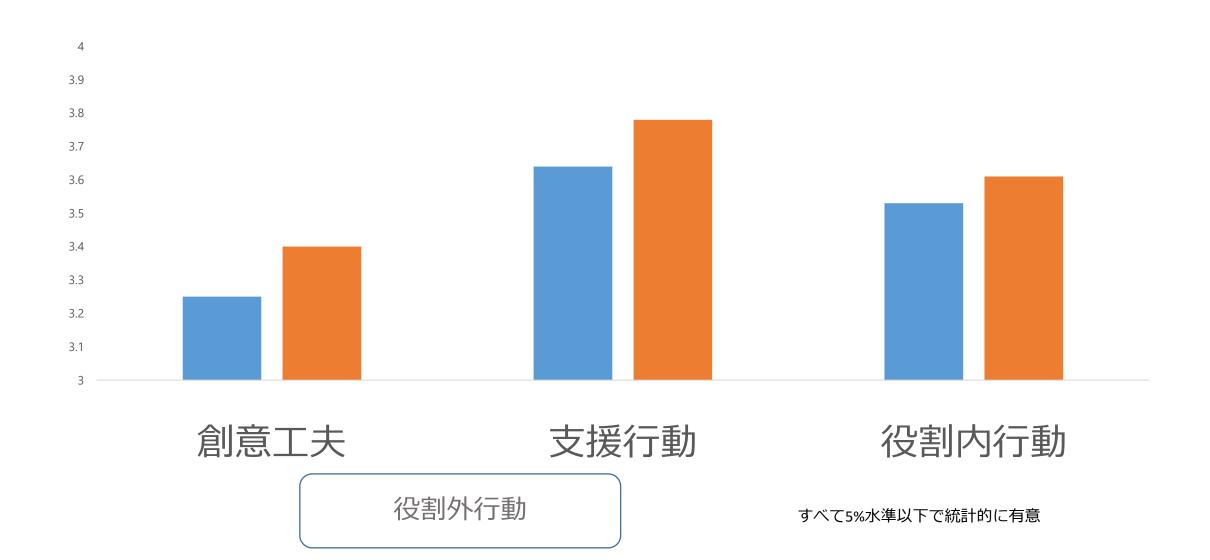


- □ 回答者の59.2%が週3日以上SNSにアクセス
- □ 回答者の81.1%が健康への意識が増加した
- □ 回答者の62.1%が運動機会が増加した

従業員ウェルビーイングへの影響



業績への影響



目次

①健康経営への注目とその課題:経営学の視点

②HHHの会による測定

③健康経営における統合の視点

統合を目指したデータの活用

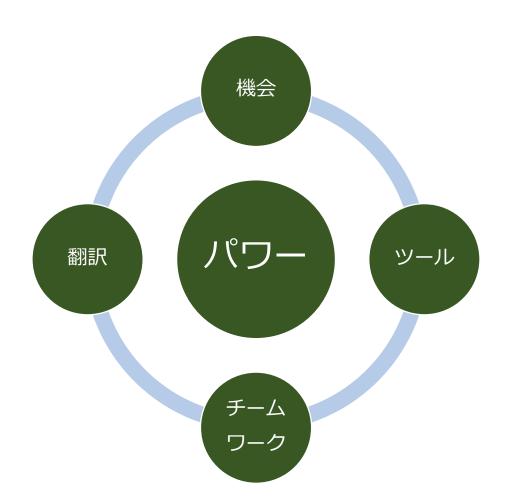


ヘルシーカンパニーは、健康の増進と生産性の向上に同時に取り組んでいる

最大のネックは、各部門がバラバラに取り組んでおり統合化しようとする取り組みが見られないことである

データが統合や対話の助けとなる

専門知識を力に変える方法



ツール作成とは、 専門知識を具体化して広めるた めのツールを作ること

翻訳力とは、 専門的な内容を他者が理解でき るように助けること

Mikes, A., Hall, M., & Millo, Y. (2013). How experts gain influence. *Harvard Business Review*, *91*(7-8), 70-74.

ウェルビーイングが統合を促進する



産業保健



仕事意欲

集団への一体感

肉体的・精神的 「狭義の」健康



経営陣 人事管理 早く行きたければ、ひとりで行け。遠くまで行きたければ、みんなで行け。



まとめ

- ■No measure, No control
 - ✓ 健康経営は浸透してきたが、成果の測定には課題がある
- □何を測るのか、それが問題だ
 - ✓ 測るもので目的がわかる
 - ✓ ただしデータだけがすべてではない
- □早く行きたければ、ひとりで行け。遠くまで行きたければ、 みんなで行け。
 - ✓ 測ったデータは「統合と対話」を図るのにも使える(はず)
 - ✓ ただし位置づけや使い方による